

Análisis Estadístico

Sector Gastronómico Semana Santa 2025



INTRODUCCIÓN

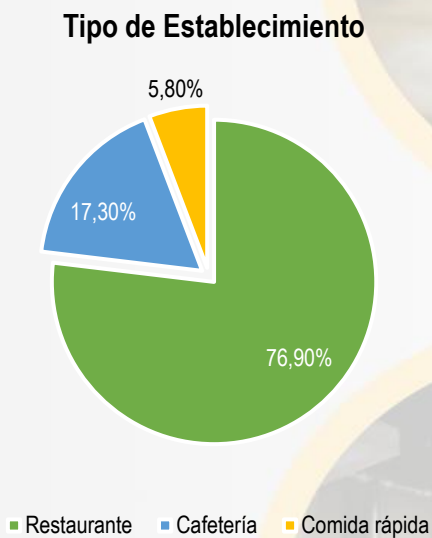
El Centro de Estudios Económicos y Alianzas Estratégicas de la Cámara de Comercio de Ipiales, con el propósito de conocer el comportamiento del sector gastronómico durante la temporada de Semana Santa 2025, desarrolló un ejercicio de recolección de información a través de encuestas aplicadas a establecimientos representativos del municipio. Este estudio permitió identificar tendencias de consumo, niveles de ocupación, comportamiento de las ventas, afluencia de clientes y principales retos enfrentados por el sector durante dicho periodo.

Los resultados aquí presentados buscan servir como insumo para la toma de decisiones estratégicas por parte de empresarios, entidades gubernamentales y demás actores involucrados en el desarrollo económico local.

RESULTADOS Y ANALISIS

A continuación, se presente el análisis estadístico:

Grafico 1.

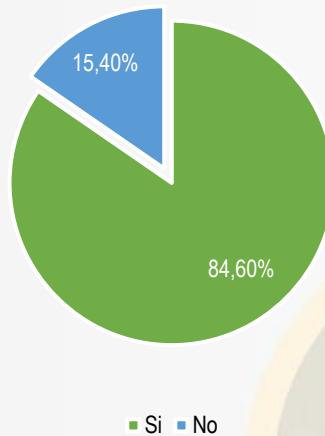


Durante la Semana Santa se evidencia un claro predominio de los restaurantes, los cuales concentran el 76,90% de la ocupación del sector gastronómico, este factor podría deberse a la búsqueda de experiencias gastronómicas especiales, asociadas tanto a las reuniones familiares como a las celebraciones tradicionales de esta época. En contraste, las cafeterías, con un 17,30% de participación, se posicionan como una alternativa más informal, atrayendo principalmente a turistas y

locales que buscan espacios relajados para una pausa o un encuentro casual. Por otro lado, la comida rápida registra la menor ocupación 5,80%.

Grafica 2.

Su establecimiento opero durante la Semana Santa

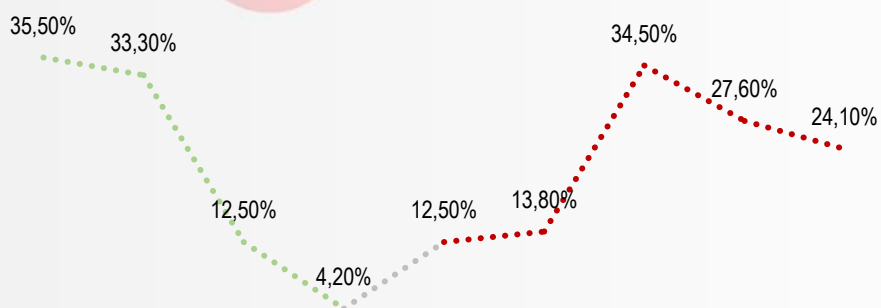


Durante la Semana Santa, el 84,60% de los establecimientos del sector gastronómico permanecieron operativos, lo que destaca la importancia estratégica de esta temporada para el dinamismo del comercio local. Esta elevada tasa de funcionamiento refleja cómo los empresarios del sector reconocen en la Semana Santa una oportunidad clave para captar tanto a turistas como a residentes, quienes incrementan notablemente la demanda de servicios gastronómicos. En comparación, el 15,40% de los establecimientos que optaron por no abrir durante estos días lo hicieron principalmente para aprovechar el periodo vacacional.

Otros factores que influyeron en esta decisión incluyen la competencia desleal, así como la ubicación no estratégica de los restaurantes, que no se encuentran en zonas turísticas. Además, durante esta temporada, la afluencia de clientes es significativamente menor, lo que reduce el incentivo para operar.



Proporción de ventas en comparación al año anterior

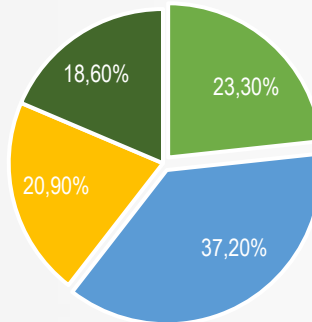


| Menos del 10% | 10% al 20% | 20% al 30% | Más de 50% | Se mantuvo igual | Menos del 10% | 10% al 20% | 20% al 30% | Más de 50% |
|---------------|------------|------------|------------|------------------|---------------|------------|------------|------------|
| Aumentó | | | | | Disminuyó | | | |

En cuanto a la comparación de las ventas con respecto al año anterior, se observa una distribución significativa entre los establecimientos que experimentaron un aumento y una disminución en sus ventas. En el caso de los aumentos, un 35,50% reportó un crecimiento de menos del 10%, mientras que un 33,30% experimentó un incremento entre el 10% y el 20%. Un porcentaje más pequeño, el 12,50%, vio un aumento entre el 20% y el 30%, mientras que solo un 4,20% registró un incremento superior al 50%. Además, un 12,50% de los establecimientos lograron mantener sus ventas al mismo nivel que el año anterior.

Por otro lado, aquellos que reportaron una disminución en sus ventas reflejan un panorama preocupante. Un 13,80% experimentó una caída de menos del 10%, mientras que un 34,50% vio una reducción entre el 10% y el 20%. La disminución entre el 20% y el 30% afectó al 27,60% de los establecimientos, mientras que un alarmante 24,10% experimentó una caída superior al 50%. Estos datos evidencian una tendencia mixta, con un porcentaje considerable de establecimientos enfrentando pérdidas importantes, lo que podría reflejar desafíos estructurales o cambios en la demanda.

¿Cuál es el promedio de clientes atendidos diariamente durante la Semana Santa?

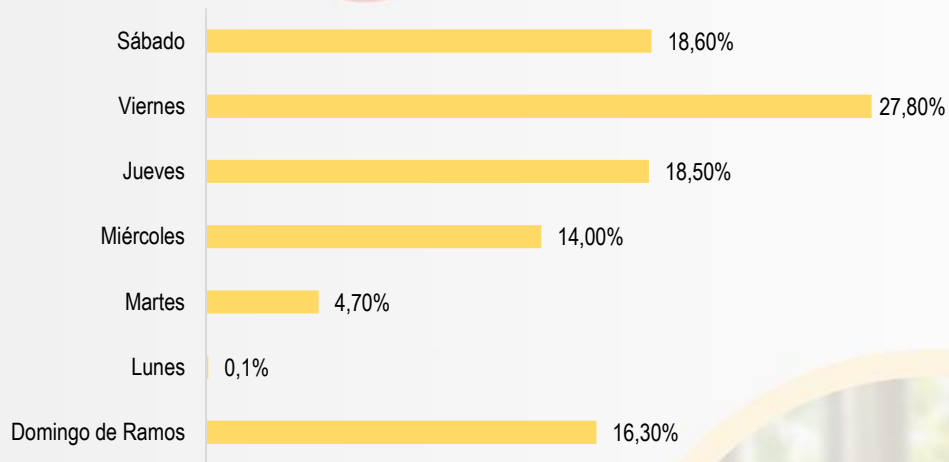


■ Menos de 30 ■ 30 a 40 ■ 40 a 50 ■ Más 50

El número de clientes atendidos diariamente durante la Semana Santa revela una distribución que refleja tanto estabilidad como picos ocasionales de alta demanda en el sector gastronómico. El 37,20% de los establecimientos reportaron atender entre 30 y 40 clientes por día, posicionándose este rango como el más común, lo cual sugiere un flujo moderado y constante que favorece una atención de calidad y una operación eficiente. Por su parte, un 23,30% atendió menos de 30 clientes diarios, lo que podría deberse a estrategias enfocadas en ofrecer un servicio más exclusivo o personalizado, o a limitaciones en la capacidad operativa.

En el rango superior, un 20,90% de los establecimientos registraron entre 40 y 50 clientes por día, lo que indica una mayor afluencia posiblemente asociada a momentos puntuales de la semana como festivos. Finalmente, el 18,60% que superó los 50 clientes diarios demuestra que, aunque en menor proporción, existen negocios con una alta capacidad de atracción y respuesta ante picos de demanda, probablemente por su ubicación estratégica, reconocimiento o actividades promocionales específicas.

¿Cuál fue el día con más afluencia de clientes?



El análisis de la afluencia de clientes durante la Semana Santa revela patrones claros que reflejan el comportamiento de los consumidores en relación con las fechas religiosas más significativas. El Viernes Santo se posiciona como el día de mayor concentración de visitantes, con un 27,80% de la afluencia total, lo que resalta su importancia estratégica para el sector gastronómico, dada la alta participación en actividades religiosas y culturales que motivan un mayor consumo. En segundo y tercer lugar se ubican el Sábado Santo y el Jueves Santo con un porcentaje de 18,5%, días que también registran un notable dinamismo. A diferencia que el lunes registra la afluencia más baja con un porcentaje de 0,1%, probablemente asociado a un periodo de transición o descanso tras el inicio de la semana.

Los resultados del estudio evidencian que la Semana Santa fue especialmente desafiante para el sector gastronómico del municipio de Ipiales. A diferencia de años anteriores, y según relatan varios encuestados, se observó una notable disminución en la llegada de visitantes habituales, como *motoristas y ciclistas recreativos, quienes tradicionalmente contribuían a dinamizar la demanda de servicios de alimentos*. Esta reducción, sumada al *cierre de vías hacia Nariño y al aumento de la inseguridad*, impactó de forma directa en las ventas del sector, generando una percepción generalizada de baja afluencia y menor actividad comercial. En comparación con temporadas pasadas, los empresarios reportan una caída significativa en su desempeño, lo que pone en evidencia

la necesidad de fortalecer las condiciones de movilidad, seguridad y promoción turística para recuperar el dinamismo económico en próximas temporadas.

CONCLUSIÓN

El análisis realizado evidencia que la Semana Santa representó una temporada de contrastes para el sector gastronómico de Ipiales. Si bien una parte de los establecimientos logró mantener o incluso incrementar sus ventas, un porcentaje considerable experimentó caídas significativas en comparación con años anteriores. Esta situación estuvo influenciada por factores como la reducción del flujo de visitantes tradicionales, el cierre de vías hacia el departamento y el deterioro de las condiciones de seguridad, que afectaron directamente la afluencia de clientes y el dinamismo comercial. Ante este escenario, se hace indispensable fortalecer las estrategias de promoción turística, mejorar la conectividad vial y garantizar condiciones de seguridad que permitan reactivar de manera sostenida este sector clave para la economía local.

Asimismo, el análisis invita a seguir monitoreando de manera sistemática el comportamiento del sector, promoviendo la articulación entre actores públicos y privados para responder de forma efectiva a los desafíos que enfrenta.

